

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Berdasarkan Undang- Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Bab II Pasal 4 Tentang Kepariwisata, pariwisata bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan rakyat, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan, sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, dan mempererat persahabatan antar bangsa. Industri pariwisata merupakan sektor yang sangat berkembang dan terus meluas secara signifikan di Indonesia, khususnya dalam bidang penyedia jasa makanan dan minuman. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Klasifikasi usaha pariwisata, usaha jasa makanan dan minuman adalah usaha jasa penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan dapat berupa restoran, *café*, rumah makan, dan bar/kedai minum.

Pandemi COVID-19 sudah menyebar luas ke seluruh penjuru Indonesia bahkan dunia. Dengan munculnya COVID-19 atau *Coronavirus*, pemerintah Indonesia mulai menegaskan dan mengimbau masyarakat untuk membatasi aktivitas di luar rumah guna menghindari meningkatnya penyebaran COVID-19 dengan cara melakukan *social distancing* atau jaga jarak, juga memberlakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Kebijakan yang diterapkan pemerintah menimbulkan permasalahan yang

berdampak besar bagi seluruh kalangan masyarakat, terutama pada kalangan menengah ke bawah. Meski demikian, kita dapat mengambil hikmah dan pelajaran melalui pandemic COVID-19 ini dengan memanfaatkan peluang bisnis sebaik mungkin.

Seperti yang dilansir pada (Merdeka.com), Menteri Koordinator Bidang Perekonomian, Airlangga Hartanto menyampaikan bahwa COVID-19 tidak hanya mengganggu industri dan perekonomian negara, tapi juga menambah jumlah pengangguran karena tidak sedikit karyawan yang harus mengalami PHK, juga menurunnya pendapatan para pelaku usaha bahkan mengalami pailit selama pandemi COVID-19 ini. Merembaknya COVID-19 ini menjadi pukulan berat bagi banyak pelaku usaha, terutama pengusaha di bidang makanan dan minuman. Dikutip dari (Katadata.co.id), Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (Gappmmi) memprediksi pertumbuhan industri makanan dan minuman hanya tumbuh 4%-5% selama pandemi COVID-19 ini.

TABEL 1

PDRB Kota Bandung Atas Dasar Harga Konstan Menurut Lapangan Usaha Penyedia Akomodasi dan Makan Minum, 2017- 2019 (Dalam Rupiah)

Lapangan Usaha	2017	2018	2019
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	11.761.828	13.181.714	14.253.875

Sumber: (Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2019)

Dilansir dari (Jabarprov.go.id), Kepala Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Bandung Priana Wira Saputra pada tahun 2017 mengatakan bahwa terdapat 300.000 UMKM berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung. Beliau juga

mengatakan bahwa pemasaran secara *online* akan sangat membantu para mitra UMKM untuk dapat memperkenalkan produk mereka secara lebih luas. Berdasarkan data pada Tabel 1, dapat disimpulkan bahwa PDRB penyedia akomodasi makanan dan minuman pada tahun 2017 sampai 2019 mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal tersebut membuktikan bahwa walaupun usaha kuliner di Indonesia sedang mengalami penurunan, Kota Bandung masih memiliki potensi yang baik untuk memperoleh keuntungan dengan berusaha pada sektor akomodasi makanan dan minuman.

Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) turut memengaruhi konsumen untuk membeli produk yang mudah dan instan seperti makanan beku atau *frozen food*, mie instan, makanan ringan, dan lain sebagainya. Dikutip dari (Prakoso, 2020) salah satu dampak dari COVID-19 terhadap industri *food & beverage* adalah berubahnya perilaku konsumen yang terlihat dari konsumsi mereka pada makanan dan minuman yang sehat, higienis, dan aman untuk dikonsumsi tubuh. Konsumen juga mulai terbiasa membeli makanan dengan memilih melakukan pemesanan atau *delivery*. Selama pandemi, penggunaan teknologi memang tidak dapat dihindari khususnya oleh industri makanan dan minuman. Penjualan secara *online* merupakan salah satu jalan bagi industri makanan dan minuman untuk bertahan karena dapat menghindari interaksi dan kontak langsung antara penjual dan pembeli.

Berdasarkan hasil riset Nielsen Singapura yang berjudul “*Understanding Indonesia’s Online Food Delivery Market*” dengan metode survey *online* dan melibatkan 1000 orang yang terdiri dari perempuan dan laki- laki rentang usia 18- 45 tahun pada akhir tahun 2019, 95% dari mereka menikmati masakan siap santap, dan 85% dari mereka memesan makanan siap santap melalui layanan pesan- antar. Rata- rata konsumen urban memesan hampir 3 kali makanan siap santap dalam satu minggu. *Garick Kea, Executive Director of Consumer Insight Nielsen Singapura* mengatakan bahwa industri layanan pesan- antar makanan di Indonesia akan terus tumbuh, melihat urbanisasi dan pertumbuhan kelas menengah di Indonesia juga terus bertumbuh.

Selain memanfaatkan peluang bisnis, penting untuk kita tetap menjaga kesehatan selama pandemi COVID-19 ini. Pemakaian herbal sebagai obat- obatan tradisional telah diterima luas di negara- negara maju maupun berkembang. *Health Benefits and Possible Risks of Herbal Medicine Journal* mengatakan:

The consumption of herbal medicines is increasing steadily throughout the world as an alternative treatment for alleviating a number of health problems including heart diseases, diabetes, high blood pressure, and even certain types of cancer.

Dengan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa obat- obatan herbal Tionghoa semakin luas digunakan di seluruh dunia sebagai penanganan alternatif dalam meringankan berbagai masalah kesehatan seperti penyakit jantung, diabetes, tekanan darah tinggi, bahkan jenis kanker tertentu (Abdel- Azis, 2016). Obat- obatan tradisional bukan hanya bermanfaat untuk menjaga imunitas dan kesehatan tubuh, tapi juga suatu

hari nanti mungkin dapat menjadi alternatif pengobatan untuk COVID- 19, sebagaimana yang dikutip dari *Integrative Medicine Research* dalam jurnalnya yang berjudul “*Herbal Medicine and Pattern Identification for Treating COVID-19: A Rapid Preview of Guideliness*” mengatakan;

“*The integration of traditional medicine into conventional treatment may be an alternative approach for the treatment of COVID-19 in the future.*” (Ang et al., 2020)

Dengan data- data yang ada di atas, penulis tertarik untuk membuka usaha yang berbasis di Bandung bernama *Daffodils Ciakpo*. *Daffodils Ciakpo* merupakan penyedia jasa makanan dan minuman kesehatan dengan bahan dasar obat- obatan herbal Cina atau *Traditional Chinese Medicine* (TCM) seperti *Goji Berry*, Akar Ginseng, *Red Dates*, *Poor Man’s Ginseng Root*, *Chinese Angelica*, *Solomon’s Seal*, *Astragalus Root*, *Poria Mushroom*, *Sizhuan Lovage*, *Lotus Seed*, *Dried Longan*, *Dang Shen*, juga *Licorice Root* atau akar manis.

Ciakpo berasal dari Bahasa Tionghoa “*Cia*” yang berarti makan, dan “*Po*” yang berarti energi. Dengan demikian, “*Ciakpo*” dapat didefinisikan sebagai makanan untuk memulihkan stamina tubuh manusia. *Ciakpo* sendiri umumnya dikenal sebagai tim sup ayam kampung dengan berbagai rempah dan TCM yang memiliki banyak manfaat bagi kesehatan dan stamina tubuh baik untuk anak- anak mau pun orang tua. Hal ini menjadi salah satu alasan *ciakpo* penting untuk dikonsumsi oleh orang- orang, terutama pada masa COVID-19 ini sedang merebak.

Daffodils Ciakpo berlokasi di Ruko Paskal Hyper Square, Jl. Pasirkaliki, Kecamatan Cicendo, Kota Bandung. Paskal Hyper Square merupakan salah satu lokasi yang sedang berkembang, terutama dalam

bidang *food & beverage*. Lokasinya yang berada di tengah kota Bandung dan dikelilingi oleh berbagai fasilitas seperti sekolah, pusat perbelanjaan, perumahan, hotel, rumah sakit, dan akses tol menjadikan Paskal Hyper Square sebagai lokasi yang tepat untuk membuka bisnis, terutama untuk bisnis yang mengutamakan layanan pesan antar karena akan banyak tersedia ojek online seperti Gojek dan Grab disekitarnya. Layanan pesan antar merupakan salah satu cara untuk membantu menekan laju penyebaran COVID- 19 yang sedang terjadi.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan. Studi kelayakan bisnis bukan hanya menganalisis layak atau tidaknya suatu bisnis dijalankan, tetapi juga mengontrol kegiatan operasional secara rutin dalam rangka pencapaian tujuan serta keuntungan yang maksimal.

Dalam hal ini, tujuan studi kelayakan terbagi dalam dua aspek, yaitu tujuan utama (*major objectives*) dan sub tujuan (*minor objectives*);

1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

Tujuan utama dari studi kelayakan bisnis adalah untuk mengkaji kelayakan bisnis dari beberapa aspek, antara lain ;

- a. Aspek pasar dan pemasaran meliputi : *SWOT analysis*, analisis pasar, analisis bauran pemasaran, segmentasi,

target, *positioning*, *Five Porter Analysis*, dan analisis permintaan.

- b. Aspek operasional meliputi: aspek operasional juga dikenal sebagai aspek produksi. Penentuan teknis operasional meliputi penentuan lokasi, luas produksi, tata letak, proses produksi, juga termasuk pemilihan teknologi dan peralatan yang akan digunakan oleh *Daffodils Ciakpo*.
- c. Aspek organisasi dan sumber daya manusia meliputi: struktur organisasi dan sumber daya manusia yang akan berlaku dalam pelaksanaan operasional *Daffodils Ciakpo*.
- d. Aspek keuangan meliputi: sumber- sumber dana yang akan diperoleh, kebutuhan biaya investasi, laporan laba rugi, *break even point*, dan arus kas.

2. Sub- Tujuan (*Minor Objectives*)

- a. Membuka lapangan pekerjaan baru di Bandung dengan harapan dapat membantu meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar.
- b. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Kota Bandung.
- c. Membantu masyarakat dalam upaya menjaga kesehatan melalui makanan.

C. Metodologi Penelitian

Validitas data- data yang akan digunakan sangat penting untuk dapat mendukung kelancaran pelaksanaan bisnis. Untuk mendapatkan data- data tersebut, metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan mengumpulkan dan menganalisis data primer dan sekunder sebagai berikut:

1. Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2012) :

“Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa data primer adalah data yang secara langsung dikumpulkan untuk tujuan penelitian. Data primer dapat diperoleh dengan menggunakan :

a. Metode Survei dengan Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2010) :

“Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya.”

Dengan pengertian yang ada di atas, dapat disimpulkan bahwa kuesioner merupakan sekumpulan pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya dimana responden mencatat jawaban mereka.

1) Tujuan Kuesioner

Kuesioner bertujuan untuk mendapatkan data- data relevan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya dan diharapkan dapat digunakan untuk penelitian.

2) Populasi dan Sampel

Menurut (Sekaran & Bougie 2016), populasi adalah:

“Population refers to the entire group of people, events, or things of interests that the researcher wishes to investigate.”

Berdasarkan pengertian oleh Sekaran & Bougie tersebut, populasi berarti keseluruhan kelompok yang berisi hal- hal menarik untuk diteliti. Populasi yang akan diambil dalam proses penelitian ini adalah populasi masyarakat di kota Bandung.

Sedangkan menurut (Sekaran & Bougie, 2016), sampel berarti :

“A sample is thus a subgroup or subset of the population.”

Berdasarkan pengertian tersebut, sampel dapat diartikan sebagai sebagian kecil dari populasi yang akan diteliti.

Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di Bandung dengan metode *non-probability sampling* yaitu *convenience sampling*.

Berdasarkan Sekaran & Bougie (2016. hal. 240), *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana sampel tidak memiliki kesempatan yang ditentukan

atau diketahui sebelumnya untuk dipilih sebagai sampel. Menurut (Sekaran & Bougie 2016), *convenience sampling* adalah :

“Convenience sampling refers to the collection of information from members of the population who are conveniently available to provide it.”

Berdasarkan pengertian menurut Sekaran & Bougie tersebut, *convenience sampling* dapat terjadi berdasarkan ketersediaan anggota populasi untuk menyediakannya.

3) Uji Validitas dan Reabilitas

Menurut (Sekaran & Bougie 2016), validitas adalah:

“Validity is a test of how well an instrument that is developed measures the particular concept it is intended to measure.”

Dengan demikian, berdasarkan pengertian diatas, validitas dapat diartikan sebagai suatu alat ukur seberapa baik atau tepat suatu instrumen yang dikembangkan untuk konsep penelitian yang ingin diukur.

2. Data Sekunder

Menurut (Sekaran & Bougie 2016), data sekunder adalah:

“Secondary data are data gathered through existing sources.”

Berdasarkan pengertian tersebut, data sekunder yang dikumpulkan oleh orang lain, biasanya data sekunder dapat berupa statistik, publikasi pemerintahan, informasi dari internet, situs perusahaan maupun organisasi, referensi buku, BPS, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Definisi *Ghost Kitchen*

Dilansir dari (Washingtonpost.com), *ghost kitchen* merupakan dapur tanpa ruang makan dan konsep ini dibentuk untuk pemesanan *delivery* saja, sehingga banyak *ghost kitchen* tidak memiliki gedung khusus untuk pelanggan makan di tempat. *Ghost kitchen* mengandalkan teknologi digital, pemesanan makanan dilakukan melalui aplikasi atau pihak ke-3 seperti layanan pesan antar atau ojek online, dan pelanggan hanya perlu menunggu pesanan tersebut datang. *Ghost Kitchen* dengan system *delivery* dapat memberikan tambahan variasi makanan sehingga orang tidak perlu repot berpergian untuk membeli makanan.

Ghost kitchen dapat menjadi solusi bagi pemilik restoran konvensional untuk dapat mengurangi biaya operasional karena akan ada banyak pemotongan biaya yang harus ditanggung, mulai dari biaya sewa, gaji karyawan, biaya listrik, dan lain lain. Lokasi dari *ghost kitchen* dapat berupa sebuah *warehouse* yang berisi sebuah dapur yang disewakan kepada beberapa restoran atau bagian dari suatu restoran yang dikhususkan untuk *delivery*. *Ghost kitchen* didalam suatu restoran biasanya memiliki menu yang berbeda dengan restoran tersebut dan digunakan oleh pemilik restoran sebagai penghasilan tambahan. Pengantaran makanan biasanya dilakukan oleh pihak ketiga.

2. Klasifikasi *Ghost Kitchen*

Berdasarkan (Spacenow.com), *ghost kitchen* dapat diklasifikasikan menjadi 4 kategori, yaitu;

a. *The Dedicated Ghost Kitchen*

The Dedicated Ghost Kitchen merupakan *ghost kitchen* yang masih tradisional dimana hanya ada 1 restoran dengan ruang memasak yang dimiliki secara pribadi atau disewa. Makanan hanya dapat dibawa pulang, tidak untuk makan di tempat. Restoran ini hanya menyediakan 1 jenis makanan dan mengandalkan aplikasi pesan antar untuk mengatur pesanan dan pengantaran ke lokasi tujuan.

b. *The Shared Ghost Kitchen*

The Shared Ghost Kitchen merupakan tipe *ghost kitchen* yang tersedia untuk beberapa restoran. *The Shared Ghost Kitchen* akan mengurangi biaya operasional dan menawarkan biaya sewa yang lebih murah. Restoran yang beroperasi dapat dimiliki oleh satu orang dengan berbagai *brand* yang berbeda, atau bekerja sama dengan bisnis lainnya, dimana setiap restorannya memiliki identitasnya masing-masing.

c. *Take-away Ghost Kitchen*

Take-away ghost kitchen memiliki konsep yang serupa dengan *dedicated ghost kitchen*. Perbedaannya terletak pada metode operasional, dimana *take-away ghost kitchen*

berinteraksi tatap muka dengan pelanggan untuk mengambil pesanan langsung ke restoran. Pelanggan dapat berinteraksi secara langsung dengan karyawan dan melihat proses pembuatan makanan, tetapi tidak dapat makan di tempat. *Ghost kitchen* model ini memerlukan desain dan dekorasi yang lebih memfasilitasi pelanggan.

d. *Deilvery Chanel- owned Ghost Kitchen*

Deilvery Chanel- owned Ghost Kitchen merupakan *ghost kitchen* yang menyediakan ruang dapur kosong untuk disewakan ke beberapa restoran dan menawarkan jasa untuk menangani pesanan, menu, dan promosi. Restoran hanya perlu fokus untuk menyediakan makanan saja.

3. Asal Mula *Traditional Chinese Medicine*

Berdasarkan *The Journal of International Medical Research* yang berjudul “*Traditional Chinese Medicine and Kampo: A Review from the Distant Past for the Future*”, pada abad ke- 6, Jepang mengimpor budaya obat- obatan Tionghoa melalui Semenanjung Korea. Di tengah abad ke- 7 dan Edo Period (1603- 1867) pengobatan tradisional Tionghoa selalu diminati Jepang. Obat- obatan tersebut kemudia dimodifikasi agar dapat memenuhi selera dan kebutuhan masyarakat Jepang, yang kemudian dikenal dengan nama *Kampo*. Pada Periode Meiji (1868- 1912), pemerintah Jepang mengadopsi obat- obatan dari barat, dan pada periode ini, *Kampo* dibagi menjadi tiga bagian; obat- obatan herbal (*herbal medicine*),

akupuntur (*acupuncture*), dan akupresur (*acupressure*). Saat ini, *Kampo* hanya mengarah pada pengobatan tradisional.

Traditional Chinese Medicine (TCM) atau pengobatan tradisional Tiongkok tidak pernah berhenti berkembang hingga saat ini. Meski demikian, teori-teori baru mengenai TCM yang berkembang setelah Periode Meiji tidak lagi diterima di Jepang karena kebijakan pemerintah Meiji. Setelah Perang Dunia II, pengobatan *Kampo* mengantar era baru di Jepang. Pada tahun 1967, otoritas asuransi kesehatan mulai menanggung 147 jenis resep pengobatan *Kampo* yang diresepkan oleh dokter, dan 200 resep pada tahun 2000. Setelah itu, pengobatan *Kampo* terus menyebar.

4. Pengertian Restoran

Menurut (Walker & Walker, 2014) restoran adalah:

Restaurants are a vital part of our everyday lifestyles; because we are a society on the go, we patronize them several times a week to socialize as well as to eat and drink. Restaurants offer a place to relax and enjoy the company of family, friends, colleagues, and business associates and to restore our energy level before heading off to the next class or engagement.

Dengan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa restoran adalah sebuah tempat yang memiliki peranan yang cukup penting dalam kehidupan manusia sehari-hari. Manusia menggunakan restoran untuk bersosialisasi, berinteraksi dengan satu sama lain dimulai dari keluarga, teman-teman, hingga kolega bisnis.

5. Sejarah Restoran

(Walker, 2011) mengatakan bahwa restoran pertama kali disebut dengan “*public dining room*” dan berasal dari Perancis. Perancis memegang peranan penting dalam perkembangan restoran di sepanjang sejarah. Pada tahun 1782, seorang pria bernama Beauvilliers menemukan *Grand Taverne de Londres* dan diyakini bahwa itu adalah restoran yang pertama kali didirikan. Tapi, pencetus pertama dari restoran modern adalah M. Boulanger.

Boulanger adalah seorang penjual sup yang membuka bisnis pertamanya di Paris pada 1765. ia menjual supnya di kedai minuman sepanjang malam di *Rue Bailleul*. Ia memberi nama sup tersebut dengan sebutan “*restorantes*”. *Restorantes* adalah asal kata restoran. *Boulanger* percaya bahwa sup adalah obat untuk berbagai jenis penyakit. Menurut Undang- undang yang berlaku saat itu, tempat yang boleh menyajikan makanan hanyalah hotel, dan sup tidak termasuk ke dalam kategori makanan.

Pada tahun 1767, ia melanggar peraturan tersebut dan para serikat pekerja mengajukan gugatan terhadap Boulanger. Kasus *Boulanger* terjadi sebelum Perlemen Perancis. *Boulanger* pun memenangkan gugatan tersebut dan mendirikan restorannya yang diberi nama *Le Champ d’ Oiseau*. Pada tahun 1782 ia mendirikan restoran ke- duanya yang diberi nama *The Grand Tavern de Londres* di *Rue de Richelieu*, dan tiga tahun kemudian membuka *Aux Trois Freres Provenc* di dekat *Palais- Royal*. Revolusi Perancis

menyebabkan banyak orang meninggal sehingga koki para bangsawan kehilangan pekerjaan mereka. Beberapa tetap tinggal di Perancis, dan tidak sedikit yang berpergian ke bagian lain Eropa, dan banyak juga yang mengungsi ke luar Eropa seperti Amerika, khususnya *New Orleans*.

6. Klasifikasi Restoran

Menurut (Walker, 2011), jenis restoran dapat terbagi menjadi:

a. *Quick Servicel Restaurants*

Quick Service Restaurants adalah restoran yang menawarkan menu terbatas seperti *burrito*, *burger*, *taco*, kentang goreng, *hot dog*, dan lain- lain. Restoran ini bekerja dengan sitem para tamu memesan makanan di *counter* yang memiliki menu berisi gambar makanan dan harga, juga restoran ini menerapkan sistem *self- service*, di mana tamu mengambil minuman dan bumbu di tempat terdekat yang sudah disediakan dan mengambil makanan mereka sendiri ke atas nampan. Restoran jenis ini cukup populer karena cenderung memiliki lokasi yang strategis dan menawarkan harga yang cukup baik.

Contoh: Wendys, Bandung.

b. *Sandwich Shops*

Umumnya, menu yang disajikan di *Sandwich Shops* merupakan berbagai pilihan dari *sandwich* yang disajikan panas maupun dingin. Menu yang disajikan terdiri dari berbagai pilihan roti, *topping* atau *filling*, sayuran, dan daging. Restoran tipe ini

biasanya berukuran tidak terlalu besar dan menggunakan peralatan yang cukup terbatas.

Contoh: *Quiznoz*, Jakarta.

c. *Casual Restaurants*

Jenis restoran ini cocok dengan gaya hidup yang lebih santai.

Restoran ini menyediakan menu kreatif yang khas juga memiliki dekorasi yang nyaman.

Contoh: T. G. I. Friday's, Jakarta.

d. *Quick Casual Restaurants*

Restoran ini merupakan jenis restoran yang berada di antara *quick service* dan *casual dining* dimana restoran jenis ini biasa menggunakan bahan yang berkualitas tinggi, juga membuat menu yang sesuai dengan pesanan. Restoran ini juga memiliki dekor yang termasuk ke dalam kategori kelas atas.

Contoh: Pizza Hut, Bandung.

e. *Family Restaurants*

Family Restaurants cenderung memiliki lokasi yang mudah dijangkau atau biasa terletak di pinggiran kota. Restoran ini bersifat informal dan menyediakan menu yang bervariasi sehingga dapat dinikmati oleh seluruh anggota keluarga dari orang tua sampai anak-anak. *Family restaurants* tidak menyediakan minuman beralkohol, namun ada yang menyediakan bir dan *wine*.

Contoh: Queen Legend, Bandung.

f. *Steakhouses*

Sesuai dengan namanya, restoran ini menyediakan berbagai pilihan *steak* sebagai menu utamanya. Biasanya menu yang ditawarkan oleh restoran ini bersifat terbatas. Tidak hanya menyediakan daging atau *steak*, restoran ini biasanya menyediakan menu pilihan lain seperti ikan, ayam, dan makanan pendamping lain untuk menarik pelanggan lebih luas.

Contoh: *Abuba Steak*, Bandung.

g. *Seafood Restaurants*

Restoran ini menyediakan berbagai macam pilihan hidangan laut yang terdiri dari ikan, cumi- cumi, kerang, kepiting, udang, dan yang lainnya yang akan dipilih oleh pelanggan sendiri.

Contoh: *Parit19*, Bandung.

h. *Fine Dining Restaurants*

Fine Dining Restaurants adalah restoran dengan konsep formal yang menyediakan makanan, minuman, dan pelayanan dengan harga yang cukup tinggi. Restoran jenis ini banyak dikunjungi ketika ada acara tertentu seperti perayaan ulang tahun, pernikahan, atau pun untuk keperluan bisnis. Selain menyediakan makanan, minuman, dan pelayanan yang berkualitas, dekorasi restoran ini pun cenderung elegan dan memiliki setidaknya lima belas pilihan menu utama atau lebih.

Contoh: *Welfed*, Bandung.

i. *Ethnic Restaurants*

Tipe restoran ini menyediakan pilihan makanan berdasarkan suatu wilayah tertentu, seperti restoran China, Italia, Thailand, India, dan lain- lain.

Contoh: *Thai Palace*, Bandung.

j. *Themed- Restaurants*

Restoran tipe ini menekankan pada kesenangan dan fantasi dengan menggabungkan kegiatan seperti olahraga pada pelaksanaannya sehingga tercipta pengalaman yang berkesan terhadap pengunjung. Pada umumnya, *themed- restaurants* memiliki menu yang terbatas.

Contoh: *Pizza E Birra*, Bandung.

k. *Chef Owned Restaurants*

Merupakan restoran yang pemiliknya adalah seorang *chef* atau juru masak. Restoran jenis ini memiliki kelebihan tersendiri karena *chef* tersebut memiliki pengetahuan dan keahlian yang lebih sehingga resiko kegagalan atau kesalahan dapat terminimalisir.

Contoh: *Kepiting Chef Epi*, Bandung.

l. *Centralized- Home Delivery Restaurants*

Restoran ini menyediakan layanan pesan antar sebagai layanan utama yang dapat diakses melalui telepon maupun internet. Setelah pelanggan memasukkan informasi data diri dan menu

yang akan di pesan, pesanan akan diantar menggunakan mobil, sepeda motor, atau sepeda.

Contoh: PHD, Bandung.

m. *Coffee Shops*

Coffee shops merupakan modifikasi dari konsep asli, dimana yang awalnya berfokus pada minuman berbahan dasar kopi dan teh, kemudian ditambah dengan menyediakan sedikit makanan seperti *cake*, *sandwich*, dan menu- menu sederhana lainnya. Biasanya tipe restoran ini memiliki fasilitas dan desain yang nyaman seperti Wi- Fi, *air conditioner*, dan stop kontak.

Contoh: Excelso, Bandung.

7. Konsep Studi Kelayakan

Daffodils Ciakpo adalah adalah sebuah usaha di bidang makanan dan minuman khususnya makanan sehat berbasis herbal khas Tionghoa atau yang dikenal juga dengan sebutan “*Ciakpo*”, dengan konsep *dedicated ghost kitchen* berbasis di Ruko Paskal Hyper Square Bandung. Konsumen dapat memesan makanan melalui *delivery* menggunakan pihak ketiga seperti Go-jek dan Grab-food juga dapat memesan dengan cara *take away*.

“Daffodils” sendiri adalah sebuah jenis bunga yang biasa disebut juga “*Narcissus*”. Bunga Daffodil memiliki 6 kelopak berwarna terang dan memiliki pusat bunga berbentuk terompet kecil yang menonjol. Daffodil pada umumnya berwarna kuning terang, namun ada

juga yang berwarna orange, putih, cream, dan merah muda. Selain bentuknya yang indah, bunga Daffodil juga memiliki arti atau filosofi yang sangat bagus. Dilansir dari (wolipop.detik.com), bunga Daffodil memiliki arti “terlahir kembali”, semangat baru, kehormatan, penghargaan, juga dianggap sebagai lambang keberuntungan oleh orang-orang Tionghoa. Dengan demikian, diharapkan sesuai dengan arti dari bunga Daffodil, *Daffodils Ciakpo* dapat berjalan dengan lancar dan menjadi salah satu usaha bidang makanan yang memiliki reputasi baik.

Untuk tetap menjaga kesehatan dan stamina selama pandemi COVID-19 ini, *Daffodils Ciakpo* akan menyediakan berbagai macam makanan dan minuman herbal khas Tionghoa yang bermanfaat untuk semua kalangan di mulai dari anak-anak hingga orang tua karena bahannya yang alami. *Daffodils Ciakpo* akan menyajikan beberapa menu dengan manfaat yang berbeda di setiap menu berdasarkan rempah yang dipakai dalam makanan tersebut seperti; *Herbal Chicken Soup* yang dilengkapi dengan ,*Ginseng Chicken Soup* dengan bahan utama Akar Ginseng, *Arak Chicken Soup* atau disebut juga *Khe Ciu*, *Red Dates Tea* yang terbuat dari Kurma Merah atau Angco, juga *Peach Gum Dessert*.

“*Ciakpo*” dikenal sebagai sup ayam kampung yang dicampur dengan berbagai macam rempah herbal alami khas Tionghoa seperti *Goji Berry* yang memiliki banyak manfaat. *Therapeutic Roles of Goji*

Berry and Ginseng in Traditional Chinese (Sun et al., 2019)

mengatakan:

Goji Berry significantly inhibited the generation and spread of cancer cells, improves eyesight, and increased reserves of muscle and liver glycogen, which may increase human energy and has anti-fatigue effect.

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa *Goji Berry* secara signifikan menghambat pembentukan dan penyebaran sel kanker, meningkatkan penglihatan, juga menambah kadar glikogen otot dan hati yang dapat meningkatkan energi manusia dan memiliki efek anti kelelahan. Selain *Goji Berry* ada juga Akar Ginseng, *Red Dates*, *Poor Man's Ginseng Root*, *Chinese Angelica*, *Solomon's Seal*, *Astragalus Root*, *Poria Mushroom*, *Sizhuan Lovage*, *Lotus Seed*, *Dried Longan*, *Dang Shen*, juga *Licorice Root* atau akar manis. Masing-masing rempah tersebut memiliki fungsi dan manfaat yang berbeda untuk kesehatan.

Sama seperti Indonesia yang memiliki kebudayaan obat-obatan tradisional untuk menjaga kesehatan, etnis Tionghoa pun memiliki hal yang serupa. Hanya saja, berbeda dengan Indonesia yang menyajikan obat-obatan tersebut dalam bentuk minuman seperti jamu, pada budaya Tionghoa mereka disajikan dalam bentuk makanan atau lauk. Suku Tionghoa sendiri percaya bahwa *Ciakpo* sangat bermanfaat untuk menjaga kesehatan dan daya tahan tubuh serta mempercepat pemulihan pasca melahirkan.

Daffodils Ciakpo ghost kitchen akan berlokasi di Bandung, tepatnya di Paskal Hypersquare Blok F No.16. Selain akan menyediakan makanan siap saji yang dapat dipesan melalui *take-away* dan *delivery* dari pihak ketiga seperti *GrabFood* dan *GoFood*, menu makanan *Daffodils Ciakpo* juga akan tersedia dalam kemasan *DIY (Do it Yourself)* atau *Vacuum Packed Herbs*, di mana kemasan tersebut berisi bahan-bahan yang diperlukan dan cara memasak yang dikemas dalam *vacuum packed*, sehingga aman untuk dapat dikirim jarak jauh, atau untuk dikonsumsi dan diproses dikemudian hari. Melalui konsep *ghost kitchen*, *Daffodils Ciakpo* pun berharap untuk dapat lebih luas memperkenalkan makanan herbal khas Tionghoa yang bermanfaat untuk membantu menjaga kesehatan di tengah pandemi COVID-19 ini.